

Daftar Pustaka

- BPS. (2018). Kecamatan toili dalam angka 2018. In b. P. Banggai, *badan pusat statistik kabupaten banggai* (p. Xii + 130 halaman). Luwuk: badan pusat statistik kabupaten banggai.
- BPS. (2021, january 5). *Bps*. Retrieved january 05, 2022, from perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis (unit), 2015-2017:
<https://www.bps.go.id/indicator/17/57/2/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis.html>
- Herawati, N dan Qomariyah, Nur. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pelanggan Sepeda Motor Matic Honda Di Surakarta). *Bhirawa*. 4(1)
- Reynaldi, Gede Hadi dan Suprpti, Ni Wayan Sri. (2017). Pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan mobil merek 'honda' di kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. 6(1).375-401
- Budiawan, C. &. (2017). Analisis pengaruh marketing mix (7p) terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada house of moo, semarang). *Industrial engineering online journal*, 1-8.

Hermawan, H. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di jember .
Jurnal manajemen dan bisnis indonesia, 149.

Lubis. (2008). Sejarah perkembangan sepeda motor. *Jurnal transportasi*.

Maisur, M. D. (2021). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen produk wisata kuliner di kota banda aceh. *Jurnal ilmiah ekonomi global*, 66-71.

Nur, G. D. (2020). Bauran pemasaran 7p dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres makassar. *Jurnal mirai management*, 122.

Wikipedia. (2021, 09 11). *Toili, banggai*. Retrieved 01 04, 2022, from website:
https://id.wikipedia.org/wiki/toili,_banggai

Yamin, S. (2021, 11 14). *Kisah pilu transmigran mengawali hidup di tanah toili*. Retrieved 01 02, 2022, from jurnalbanggai.com:
<https://jurnalbanggai.com/2021/11/14/kisah-pilu-transmigran-mengawali-hidup-di-tanah-toili/>

Yulianti, f. (2019). *Manajemen pemasaran*. Banjarmasin: deepublish.

Prayudyanto, muhammad nanang. 2021. Perbandingan kinerja buy the services angkutan umum massal kota metropolitan dengan metode biaya operasional

kendaraan dan indeks sustainabilitas. *Jurnal penelitian transportasi darat*.
23(01). 55-71

Arfifahani, david. 2018. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi kasus *concordia executive lounge* terminal a bandara international adisutjipto yogyakarta). *Jurnal ekobis dewantara*.01(03). 42-47

Kresnanto, nondo cahyo. 2019. Model pertumbuhan sepeda motor berdasarkan produk dosmetik regional bruto (prdb) perkapita (studi kasus pulau jawa).
Mkts.v25il.18585

Anggraini, fifin dan anindhyta budiarti. 2020. Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek. *Jurnal pendidikan*. 08(03). 86-94

Kotler, p., & keller, k. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson education.

Ghozali, imam. 2013. *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21*.
Badan penerbit universitas diponegoro: semarang

Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: alfabeta

- Lijan, Poltak Sinambela. 2014. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: graha ilmu
- Tannady. H. (2017). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: expert.
- Goleman, Daniel, *emotional intelligence: mengapa ei lebih penting dari pada iq, terj. Harmaya*, jakarta: gramedia, 1996. 7 (1),
- Bakker, A.B & Leiter, M.P. (2010). *Work engagement : a handbook of essential theory and research*. New york: psychology press.
- Luthans, Fred. 2011. *Organizational behavior : an evidence – based approach 12 th edition*. New york : the mc grow – hill companies, inc
- Kotler, P & Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, ed 12. Jilid i*. Jakarta:erlangga
- Kotler, Philip. Dan Amstorng, Gary, 2008. *Alih bahasa : bob sabran, prinsipprinsip pemasaran, edisi 12 jilid 1, jakarta : penerbit erlangga*.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. (2018). *The evaluation of marketing mix elements: a case study*. *International journal of social sciences & educational studies*, 4(4).